

①付加価値向上

【課題】

- ✓ 道産食材のブランドイメージは高いものの付加価値率が低い
- ✓ デザイナーなどと食関連産業等の連携推進

【機会】

- ✓ 北海道食品機能性表示制度がスタート

道内連携

6次産業化をさらに促進

●道内連携マッチング事業

北海道内の1次産業者を訪問し、ニーズ調査を行うとともに市内2次、3次産業者とマッチング

- ・ 農業担当のコーディネーターを1名増加し、水産業担当のコーディネーターを新たに1名配置



機能性素材による付加価値向上促進

●フード・イノベーション創造支援事業

機能性食品の販売促進に非常に重要となる、ヒト介入試験を中心とした科学的データの取得を支援

- ・ 機能性素材エビデンス取得補助金の創設
- ・ 海外等での販売に向け、大学、研究機関との共同研究を支援



道内連携

クリエイティブ産業の創発

●ICC道内連携プロジェクト創出事業

札幌市内のクリエイター等が生み出すコンテンツを活用した他産業の高付加価値化の取組を促進

- ・ 札幌市内のクリエイター等によるコンテンツを活用した北海道内企業の先進的な取組に対する補助
- ・ クリエーター等と道内企業のコーディネートを実施

Inter×cross Creative Center



《事例：白クマラーメン》

- ・ 旭川の麺製造会社×江別のデザイン会社×札幌の企画会社
- ・ H25.3の1ヶ月間で100万食の売上を記録

②輸出拡大

【課題】

- ✓ 輸出など国際化の取組を行う企業の更なる増加
- ✓ 水産品に限らず道産食品のブランド化
- ✓ 札幌に集積する飲食店などサービス産業の振興と魅力の活用

【機会】

- ✓ アジアの経済成長

外食産業の海外展開支援

●オータムフェストin香港

外食産業の海外展開成功事例を新たに創出し、「本場で食べたい」という海外消費者を増加

- ・ 香港等において、道内飲食店が短期出店するイベントを開催
- ・ 現地テナント誘致関係者とのマッチング



道内連携

道産有望食品の輸出強化

●道産有望食品のブランド化

道内連携により、「酒類」をキーワードに市場が拡大しているアジアに売り込みを図る

- ・ 海外バイヤーを招聘し、酒造視察ツアーの開催するほか、商談や日本酒を使った料理の提供を行う
- ・ 海外配送サービスの活用



食の魅力によるインバウンドの推進

●「クール・サッポロ」プロジェクト事業

香港等で、道産食材を活用した料理を、発信力のある富裕層やパワーブカーに提供

- ・ 「Hokkaido Dining」を年2回程度開催



映像を活用したプロモーション強化

●映像を活用した海外販路拡大等支援 (プロダクトプレイスメント映像制作促進助成金)

海外に向け、映像をプロモーションやマーケティングの手段として活用し、販路拡大などに結び付けていく

- ・ 市内企業・市内映像事業者・海外映像事業者等のコンソーシアムを対象に、アジア等海外に向けた、製品の販路拡大、観光商品開発などに資する映像制作を行う際に補助を実施

《事例》

シンガポール最大のメディアと北海道旅番組を共同制作。その中で扱った道産食品の輸出に向けて、同国のインターネット販売サイトと連携するなどの取組を計画

